

REVISTA

SEGURO

ANO XVII
Nº 174 - 2016
R\$ 20,00

TOTAL



QUE VENHA O FUTURO!

**ESPECIALISTA DA DELOITTE ALERTA
QUE IOT TORNA IMPRESCINDÍVEL
A MUDANÇA NA FORMA DE AVALIAÇÃO
E COBRANÇA DE SINISTROS**

ELIAS ZOGHBI, SÓCIO PARA A INDÚSTRIA DE SERVIÇOS FINANCEIROS DA DELOITTE

ESPECIAL: Cobertura completa da 17ª edição do CONEC que reuniu lideranças representativas do setor e cerca de seis mil congressistas em São Paulo

COM A NOSSA PARCERIA,
UMA DAS MAIORES
SEGURADORAS DO JAPÃO
VAI SE TORNAR UMA
DAS MAIORES DO BRASIL.



NEO_GAMA

VOCÊ
SEMPRE
BEM.

A SOMPO Seguros chegou ao Brasil. E já começa sua trajetória no País contando com os mais de 70 anos de experiência da Yasuda Marítima. A SOMPO traz o comprometimento japonês para o nosso mercado, porque ele é um detalhe que faz a diferença na nossa relação de confiança com você, corretor. Queremos que a sua história de sucesso com a Yasuda Marítima seja só o começo de uma nova história chamada SOMPO.



Editor

José Francisco Filho - MTb 33.063
francisco@revistasegurototal.com.br

Diretor Comercial

José Francisco Filho
francisco@revistasegurototal.com.br

Jornalista

Aurora Ayres - MTb 24.584
aurora@revistasegurototal.com.br

Redação

Sergio Vitor
sergio@revistasegurototal.com.br

Diagramador

Cleber F. Francisco
cleber.fabiano@gmail.com

Webdesigner

André Takeda
takeda@revistasegurototal.com.br

Executiva de Contas

Fernanda de O. e Oliveira
fernanda@revistasegurototal.com.br

Publicidade

Eduardo Oliveira

Foto de capa

Divulgação: Deloitte



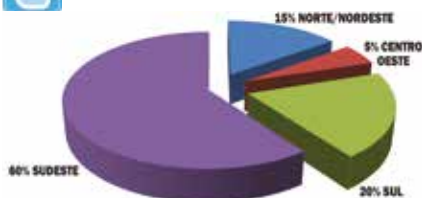
Portal Revista Seguro Total
www.revistasegurototal.com.br



facebook.com/revistasegurototal



twitter.com/seguro_total



Os artigos assinados são de responsabilidade exclusiva dos autores, não representando, necessariamente, a opinião desta revista.

A importância do corretor de seguros

Propiciada pelo amplo e fácil acesso ao Judiciário – e muitas vezes sem nenhum custo para o demandante – a Judicialização no mercado segurador é crescente. E todos sabem que o excesso dessa prática leva ao desequilíbrio do setor e prejudica as instituições. Em posição estratégica por ser a primeira conexão na apresentação dos produtos e ponte entre o consumidor e as sociedades seguradoras, o corretor de seguros permanece como elo entre as partes estabelecendo relações de confiança dos dois lados.

“O corretor de seguros vem cumprindo seu papel com excelência, garantindo a estabilidade do mercado, além de ser o divulgador do seguro. Se não fosse por essa atuação, sem dúvida, os processos judiciais contra o mercado seriam muito maiores”, pontuou Alexandre Camillo, presidente do Sincor-SP durante a 17ª edição do tradicional Conec - Congresso dos Corretores de Seguros do Estado de São Paulo, que aconteceu entre os dias 6 e 8 de outubro.

Como ocorre tradicionalmente a cada dois anos em São Paulo, o corretor de seguros pôde desfrutar de mais uma elaborada edição do Conec, organizado pelo Sincor-SP. Mais uma vez, o evento propiciou aos participantes uma total imersão no universo de seguros por meio de palestras técnicas e outras que abordaram questões relevantes ao setor e ao aprimoramento profissional da categoria.

A equipe da Revista Seguro Total esteve presente nos três dias de programação para trazer ao leitor a cobertura completa do que aconteceu nos auditórios do Palácio das Convenções do Anhembi. Relembre tudo o que você viu no Conec agora nas páginas da seção ESPECIAL. Entre os temas relacionados a seguros foram comentados por especialistas dos segmentos de responsabilidade civil, garantia, transportes, saúde, agronegócios, vida e automóvel, como também pautas relacionadas à tecnologia, certificação digital, empreendedorismo, distribuição de seguros no país, judicialização....

O tema Judicialização também teve grande destaque durante a 6ª Conferência de Proteção do Consumidor de Seguros, promovido pela CNseg, no dia 29 de setembro em São Paulo. Na ocasião, especialistas da área ressaltaram que a ouvidoria das organizações têm papel importante no processo de desjudicialização do mercado segurador. Segundo dados do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (Sindec), entre 2011 e 2015 houve um excessivo número de processos contra as seguradoras e os problemas contratuais são os mais recorrentes. Leia sobre o assunto na seção EVENTO desta edição.

Boa leitura!

Capa - 14

Especialistas da Deloitte advertem que tecnologias e soluções inovadoras levam à necessidade iminente de readaptação de diversos setores do mercado



Evento - 20

A 6ª Conferência de Proteção do Consumidor de Seguros, promovido pela CNseg abordou, entre outros temas, a desjudicialização do mercado segurador

22 - Especial

Cobertura completa da 17ª edição do CONEC, que aconteceu durante três dias de programação técnica no Palácio de Convenções do Anhembi, em São Paulo



6
10
38

Mural
Entidades
Giro de Mercado

O mundo é touch.

Conheça o aplicativo do Cartão de Crédito Porto Seguro e resolva tudo na tela do seu smartphone.

Confira as facilidades e os serviços disponíveis:

 Consulta de senha	 Visualização de movimento da fatura	 Limite	 Melhor data de compra
 Bloqueio	 Aviso de viagem	 Consulta de parcelamento de fatura	 Ofertas e benefícios

Agora, clientes que possuem o **Cartão de Crédito Porto Seguro** podem contar com um aplicativo para gerenciar seu cartão **direto na tela do smartphone**.

Baixe o app



Para mais informações, fale com o seu Gerente Comercial.

Portoseg S/A Crédito, Financiamento e Investimentos – CNPJ 04.862.600/0001-10. Central de Atendimento (11) 3366-3466 (Grande São Paulo) ou 4004-5300 (demais localidades) | SAC: 0800 727 2769 (cancelamento, reclamações e informações) | 0800 701 5582 (atendimento exclusivo para deficientes auditivos e realizado somente por um telefone especial) | Ouvidoria: 0800 727 1184 – de segunda a sexta-feira, das 8h15 às 18h30, exceto feriados.

Allianz lança seguro de RC sob medida para PME's

De auditórios a bares e restaurantes, condomínios, proprietários e locatários de imóveis. Clubes e estabelecimentos de ensino. Comércio e indústria. Prestação de serviço e promoção de eventos. Esses são alguns dos ramos de negócios que podem ser cobertos pelo produto de Responsabilidade Civil PME que a Allianz passa a disponibilizar às pequenas e médias empresas. Danos causados a terceiros pelo segurado, seu cônjuge, filhos menores de idade, empregados e até mesmo animal de estimação também estão con-

templados em uma das modalidades desse seguro.

Até então, no mercado segurador brasileiro não tinha produto de Responsabilidade Civil desenvolvido especificamente para negócios de pequeno e médio portes. Além de chegar com esse perfil, o seguro da Allianz, devido as suas 11 modalidades, permite que sejam ofertadas coberturas personalizadas de acordo com o ramo de atuação da empresa. Nele, o limite máximo de indenização pode variar de R\$ 100 mil a R\$ 5 milhões.

Grupo Segurador BB e Mapfre é líder em cessão de resseguros

As maiores cedentes de prêmios de resseguro são as carteiras de Grandes Riscos e de Seguros Rurais, respectivamente. Os contratos estão distribuídos entre automáticos, cuja colocação é feita de forma direta e contratos facultativos, que na maior parte dos casos é colocada por meio de brokers de resseguro.

De acordo com André Fortino, diretor geral de Grandes Riscos do Grupo Segurador BB e Mapfre, o expressivo volume em cessões de resseguros é consequência, principalmente, do crescimento da companhia nas linhas de Property, Aeronáuticos, Petróleo e Transportes.

"No último ano corrente, essas operações de seguros superaram R\$ 1,8 bilhão, volume de prêmios emitidos 17% superior ao R\$ 1,5 bilhão obtido em 2014. Esse crescimento é resultado das ações que promovemos nos processos de gestão de riscos e nos sistemas de controle de suas operações", afirma o diretor.



André Fortino, diretor geral de Grandes Riscos do BB e Mapfre



ESTAMOS
COMEMORANDO
10 ANOS DA IKÊ
NO BRASIL.

**Não se preocupe,
seu problema está
em nossas mãos!**

"Somos uma empresa de pessoas que atende pessoas, nossos colaboradores são o centro da importância no atendimento de excelência de qualidade para os nossos clientes, fator que nos diferencia do mercado".

José Fernando Canasi
CEO Latam

Assistência 24 horas
Concierge - BPO

Tel.: (55) 11 2101 2800
Alameda Rio Negro, 500
Bloco B | 11º andar
Alphaville | Barueri | SP
CEP 06454 000
comercial@ikeassistencia.com.br

Siga-nos



www.ikeassistencia.com.br

Cooper Gay unifica suas ações para a América Latina

Em busca de crescimento das operações em toda a América Latina, os presidentes dos escritórios da Cooper Gay do Brasil, Chile, Equador, México, Bolívia e Uruguai decidiram unificar o modelo de negócio para atuar de forma conjunta na região, mantendo suas operações na Bolívia, América Central, Colômbia, Panamá, Peru, Porto Rico, República Dominicana e Venezuela. As mudanças foram aprovadas durante recente reunião realizada em Miami (EUA) e o objetivo é ampliar as sinergias entre os escritórios da Cooper Gay, uma das maiores companhias independentes de corretoras de resseguro e distribuidores de seguros do mundo.

“O mercado de seguros está muito mais complexo. Temos que

reinventar o modelo de negócios para podermos crescer de forma sustentável pelos próximos anos”, afirma o presidente da Cooper Gay Brasil, Fabio Basilone, assinalando que o plano prevê iniciativas a serem implementadas até 2021.

Especialista no desenvolvimento de complexos programas de mitigação de risco, oferecendo soluções globais para atender às necessidades de seus clientes, a Cooper Gay é uma das companhias mais tradicionais do mercado, possuindo ampla rede de corretoras de resseguros na América Latina. De acordo com o CEO da Cooper Gay Chile, Luc Van Eyghen, “a decisão permitirá o aumento das sinergias entre as operações comerciais dos escritórios na região latino-americana”.



Fabio Basilone, presidente da Cooper Gay Brasil

Generali e Banco BMG oferecem Seguros Massificados



A Generali Seguradoras firmou recentemente parceria com o Banco BMG. O contrato, com duração de 20 anos, prevê a venda de seguros massificados em um mercado de

50 milhões de clientes. O início das vendas ao consumidor está previsto para o início de 2017.

A iniciativa firmada entre a Generali e o Banco BMG terá foco nos

aposentados, pensionistas e funcionários públicos – que representam um segmento muito interessante para as seguradoras, com um grande potencial de crescimento em termos de vendas – reforçando a função social da indústria de seguros.

“Este acordo permitirá inserir no mercado de seguros uma grande parcela da população que, normalmente, não tinha acesso a esses produtos. Agora, estas pessoas terão a oportunidade de prevenir e minimizar eventuais perdas, além de adquirir serviços muito úteis para garantir uma melhor qualidade de vida, por preços mais competitivos que no mercado convencional”, afirma Antônio Cássio dos Santos, CEO da Generali nas Américas.

Seguradoras se beneficiam de nova tecnologia de atendimento por vídeo

Melhorias no atendimento para sinistros e vistorias fazem com que as chances de renovação dos seguros sejam de até 80%

A LogMeln Inc., empresa especializada em suporte remoto a clientes, desenvolveu uma tecnologia que permite que o sinistro, atendimentos e vistorias possam ser feitas de forma remota, sem a necessidade de gastos com deslocamento de equipe. Chamada de Rescue Lens, a ferramenta usa a câmera do celular do cliente para transmitir imagens ao vivo do bem a ser segurado para o atendente especializado.

“A nova geração de consumidores, altamente conectada e exigente, demanda adaptações do mercado. Por isso, a tecnologia

pode ser uma ótima aliada das seguradoras, que precisam buscar alternativas às demoradas visitas técnicas para casos de sinistro e até em vistorias”, comenta Gustavo Boyde, gerente de marketing da LogMeln para América Latina. “No mercado de seguros, muitas vezes, o único contato direto da seguradora com o cliente acontece em casos de problemas. Por isso é tão importante melhorar e implementar novas soluções no setor de atendimento ao consumidor, com menos custos e maior produtividade para a empresa”, afirma o executivo.



Gustavo Boyde, gerente de marketing da LogMeln

Grupo Omint lança o aplicativo Omint Saúde

App facilita a vida de associados ao oferecer diversos serviços

O grupo Omint acaba de lançar o aplicativo Omint Saúde. Por meio do app, os associados terão uma série de serviços, pensados para agilizar a comunicação entre

os associados e a Omint. Disponível na App Store e no Google Play, o aplicativo permite pesquisar a rede credenciada, cadastrar solicitações do associado, visualizar a credencial eletrônica e obter informações sobre o plano, além de acompanhar as solicitações de reembolsos e autorizações e consultar faturas.

Na pesquisa pela rede credenciada o

associado pode buscar por médicos, clínicas, centros de diagnósticos, pronto atendimento, hospitais e maternidades. Essa busca pode acontecer por proximidade, localidade e por nome ou especialidade.

Os associados que já têm acesso aos serviços exclusivos pela web, no ‘Minha Omint’ (canal de serviços exclusivos do site Omint Saúde), podem utilizar o mesmo login e senha. “Esta facilidade tecnológica era uma necessidade já identificada e estamos orgulhosos de poder oferecê-la aos nossos associados”, comenta Cícero Barreto, diretor comercial e de marketing do grupo.



Cícero Barreto, diretor comercial e de marketing

Swiss Re Corporate Solutions e Bradesco Seguros lançam joint venture

Duas corporações fortes e semelhantes se unem e criam joint venture de seguros comerciais de grandes riscos no Brasil. A Swiss Re Corporate Solutions Brasil Seguros (SRCSB), do grupo suíço Swiss Re, e a Bradesco Seguros acabam de divulgar contrato definitivo em que a Bradesco irá aportar sua carteira comercial de grandes riscos na Swiss Re Corporate Solutions Brasil Seguros.

De acordo com Randal Luiz Zannetti, presidente do Grupo Bradesco Seguros, a Bradesco entra com R\$ 412 milhões e a suíça com R\$ 396 milhões, somando um montante de mais de R\$ 800 milhões em prêmios emitidos (dados de

2015). “Não se trata de um processo de vendas mas de um processo de associação. Uma nova plataforma que agregará

produtos e profissionais para uma atuação ampla, expertise local e base de clientes Bradesco aliada à qualidade técnica da Swiss Re”.

Os contratos incluem o acesso exclusivo da SRCSB à rede de distribuição da Bradesco. Após fechamento da transação – que está em fase preliminar de aprovação das



Executivos explicam nova joint venture

agências regulatórias –, a Bradesco Seguros assumirá 40% da participação acionária na SRCSB, enquanto a companhia suíça reterá 60% de participação. Como resultado da integração, a SRCSB pretende se tornar uma das líderes no mercado de seguros comerciais de grandes riscos no Brasil.

Travelers oferece ferramentas digitais para corretores e clientes

Com a finalidade de facilitar o dia a dia dos corretores, a Travelers Seguros passa a oferecer ferramentas digitais. Dentre elas estão o Cotador PME, Extrato On-line e Apólice Digital,



Leonardo Semenovitch, diretor presidente da Travelers no Brasil

que podem ser acessadas pelo portal do corretor, no website da seguradora www.travelers.com.br. Os clientes também podem fazer o download de suas apólices on-line pela ferramenta Apólice Digital, permitindo o acesso a detalhes de sua cobertura.

“A tecnologia vem favorecendo a mudança do modelo de negócios tradicional das seguradoras para um que impacte positivamente o relacionamento junto aos corretores”, afirma Leonardo Semenovitch, diretor presidente da Travelers no Brasil. “Nossas ferramentas permitem aos corretores a oferta de produtos oportunos, na localidade onde ele necessitar cotar e contratar o serviço e em tempo real”.

Com o Cotador PME, pode-se co-

tar e contratar seguros de cerca de 200 atividades do setor de Comércio e Serviços. O acesso ao sistema é multiplataforma – sua interface *web responsive* propicia fácil navegação em diversos tipos de dispositivos, como notebooks, tablets ou smartphones –, permitindo a gestão do negócio de ponta a ponta e a emissão da apólice digital. A ferramenta de Extrato On-line permite ao corretor acompanhar os pagamentos de comissão das apólices, gerenciar recebíveis advindos do seu portfólio de clientes e sua carteira de negócios. Já a ferramenta de apólice digital garante a geração 2ª via de apólice e boleto, podendo ser acessada por corretores e pelo cliente.

Processos causam alto prejuízo financeiro às empresas seguradoras

O número de judicialização sobre as organizações de seguro cresce a cada ano

Em evento promovido pela Associação Nacional do Direito do Seguro (AIDA), no dia 11 de outubro em São Paulo, peritos no setor de direito comentaram sobre o impacto dos conflitos na provisão das companhias de seguro. Na ocasião, a presidente da entidade, Ana Rita Petraroli, fez algumas críticas aos juristas que acompanham os casos de seguro. “A lei é ótima, mas é necessário fazer uma fiscalização maior de cada caso”.

Ana comentou sobre os mitos que ajudam a mudar a opinião pública quanto ao mercado segurador. Segundo ela, algumas teses são tão reproduzidas que acabam caindo na ‘boca do povo’ e deixando a organização mal vista. “Muitos dizem que a seguradora não entrega tudo aquilo que ofereceu na hora de firmar o negócio, só que nós entregamos sim, porém não damos nada além do que foi prometido”, frisou.

De acordo com o Conselho Nacional de Justiça (CNJ), no ranking do poder judiciário, os processos referentes ao direito do consumidor ocupam a terceira colocação da lista. A lei 8.078/1990, coloca em vigor o direito básico do consumidor em saber de todos os termos do serviço que ele está contratando. “A seguradora, muitas vezes, é avisada do sinistro diretamente pela justiça e não por seu próprio cliente, daí temos que nos virar”, lançou a executiva.

Quando o sinistro ocorre, cerca de 30% das vítimas não procuram a sua seguradora. Os primeiros a serem contatados a fim de sana-

rem os problemas são os advogados que, em seguida, recorrem à justiça para obter a indenização e as demais cobranças.

Paulo Marcos, engenheiro e mestre em Gestão e Técnica de Seguros, defende que para diminuir a judicialização a companhia deve passar pela criação de novos modelos e ter uma intermediação desde quando a ação começa. “Com juros de 1% ao mês, se as empresas deixarem o processo permanecer por bastante tempo na justiça, os valores ficarão elevados e a organização irá pagar muito além da indenização exigida pela vítima em primeira instância”, explicou.

Carolina Morandi, secretária Geral da Amcham, sugere opções para que as empresas seguradoras possam diminuir o número de judicialização. Ela explica que a cláusula compromissória e o compromisso arbitral fazem com que a justiça do Estado não interfira mais no relacionamento entre seguradora e contratante. “Isso deve ser sugerido na hora do fechamento do negócio e

é necessário estar no contrato”, ressaltou.

O que mais é demandando no júri são as supostas quebras de contrato. O cliente que não tem em mente tudo sobre o acordo firmado com a seguradora recorre para o judiciário alegando que seus direitos previstos em contrato não foram devidamente respeitados.

A advogada Viven Lys defende que aplicar uma mediação antes do processo se propagar é uma saída para prevenir a judicialização. Na ocasião, se utilizou de exemplos que já presenciou no júri. “Eu já vi multas de sinistros que seria, no início, de R\$ 1.500 e, após o processo, tornou-se 100 mil reais”, lembrou.

O número alto de litígios não é exclusividade do Brasil. De acordo com pesquisa feita pela ICDR (Centro Internacional para Resolução de disputa) nos Estados Unidos, as seguradoras desembolsaram, em 2015, US\$ 8,2 bilhões somando as indenizações e as demais despesas que são exigidas pelo tribunal americano.



O tema judicialização atraiu vários participantes em evento da AIDA

Chegou a Seguros SURA, a 5ª maior companhia de seguros da América Latina.

Quando você avança, nós avançamos com você.

Agora você pode contar com a Seguros SURA, uma seguradora com mais de 70 anos de experiência e solidez de mercado. Nós chegamos ao Brasil para acompanhar milhões de clientes que, como você, não deixam de avançar.

SURA, Seguros com Gerenciamento de Tendências e Riscos.

Seguro de Riscos Cibernéticos é tema de Café com Seguro

Os crimes cibernéticos aumentaram junto com a propagação da tecnologia. Há quem diga que uma empresa de médio ou de grande porte, certamente será invadida uma hora ou outra por um hacker. A Academia Nacional de Seguros e Previdência (ANSP) promoveu no dia 4 de outubro, um debate sobre 'Seguros e Riscos Cibernéticos'. A intenção foi trazer a reflexão das empresas que guardam seus dados em seus computadores ou fazem o *upload* na internet.

Comandado por Fernando Carbone, diretor de investigações da empresa Kroll, o primeiro painel mostrou os meios de segurança e especificações técnicas de como os hackers atacam e como as empresas devem se cuidar dessas ameaças. Muitas organizações que já tiveram seus dados acessados só ficam sabendo muito tempo depois do ocorrido ou nem chegam a saber.

Em uma pesquisa feita pela Kroll em 2015, 33% dos donos de empresa afirmaram que não tiveram nenhum problema de segurança e 15% disseram que não sabiam.

"A pergunta não é se a segurança da minha empresa vai ser abalada, e sim quando", acentua Carbone. "A América do Norte tem uma maturidade mais avançada do que aqui em relação a ataques".

Outro grande problema das organizações que tiveram vazamento de informações de seus clientes, é a reputação. Segundo Flávio Sá, gerente Financeiro da seguradora AIG, a imagem da empresa fica bastante afetada, mas

o seguro deve fazer com que ela responda rapidamente a essa fase ruim. "A apólice responde com recomposição dos dados e traz também a obrigação de notificar e monitorar essas informações".

Guilherme Procopio, executivo da IBM, mostrou que 35% dos vazamentos acontecem de dentro para fora. Ou seja, funcionários da própria empresa oferecem informações para que os crimes possam ser cometidos.



Especialistas discutem seguro de riscos cibernéticos

Sindseg SP recebe cúpula da Secretaria de Segurança Pública

O Sindseg SP recebeu, no dia 24 de outubro, o secretário de Segurança Pública de São Paulo, Máximo Alves Barbosa Filho, e o seu adjunto, Sergio Turra Sobrane, em almoço que contou também com a participação de lideranças e executivos da indústria seguradora. Além de Mauro Batista, presidente do Sindseg SP, de Fernando Simões e Adhemar Fujii, respectivamente diretor executivo e consultor da instituição, estiveram presentes o presidente da FenSeg, João Francisco Silveira Borges da Costa, e o presidente do Sincor SP, Alexandre Camilo.

Como definiu o presidente do Sindseg SP, o evento foi um "almoço de trabalho", em que, além de se consolidar a parceria entre o Sindicato das Seguradoras de SP e outras instituições

do seguro, foram discutidas iniciativas conjuntas já efetivadas e apontados caminhos para futuras atuações em conjunto entre as partes.

Máximo Alves Barbosa Filho mencionou a Lei dos Desmontes ao destacar "as parcerias firmadas com o Sindseg SP, que tem sido sempre muito exitosas". Ao apresentar números relativos à atuação da secretaria, o secretário informou que, em cumprimento à Lei dos Desmontes, foram realizadas de 2014 a junho deste ano fiscalizações em 1.846 desmanches, dos quais 665 foram lacrados.

Máximo exortou os segmentos seguradores presentes a atuarem conjuntamente na busca de formas de coibir as fraudes dos seguros. Recebeu prontamente a adesão de Batista e das

demais lideranças do setor de seguros presentes no evento, que se colocaram à disposição para discussões focadas nessa frente de trabalho, entre outras.



Rádio Connect com Bluetooth® e viva-voz



Retrovisor elétrico com sistema Tilt Down



Cargo Box



SE VOCÊ GOSTA DE SE MOVER, VAI GOSTAR DO MOBI.



Pedestre, use sua faixa. Imagem meramente ilustrativa, com alguns itens opcionais. Nove garantia Fiat de 3 anos. Para usufruir dessa garantia, é obrigatória a realização das Revisões Programadas. O prazo de garantia oferecido inclui os 90 dias de garantia legal. Para mais informações, consulte o manual de uso e manutenção.

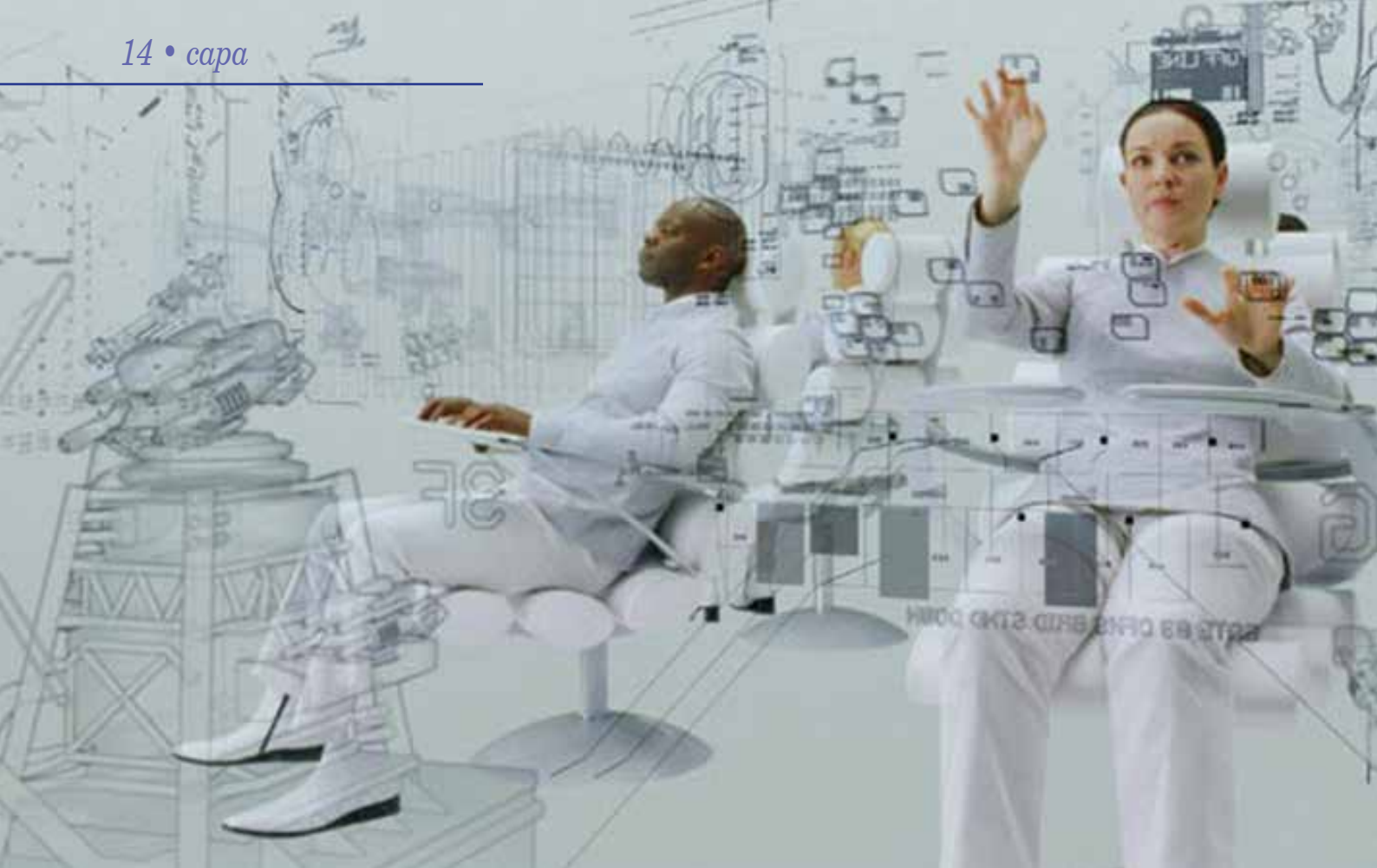
Leo Burnett Tailor Made

mobifiat.com.br
SAC 0800 707 1000 / 0800 242 1001



O NOVO JEITO DE SE MOVER PELA CIDADE.





Reprodução de imagem da interface formada por telas sensíveis ao toque, da trilogia Matrix

Novas tecnologias apontam que futuro já começou

A criação de produtos e soluções inovadoras leva à necessidade iminente de readaptação de diversos setores do mercado. Na Indústria Seguradora, a chegada dos carros autônomos e de serviços interligados pela IoT tornou imprescindível a mudança na forma de avaliação e cobrança de sinistros

O futuro chega cada dia mais rápido. Esta é uma realidade em todos os campos da sociedade, e não seria diferente quando tratamos da Indústria de Seguros. A cada dia, novas tecnologias surgem para oferecer mais praticidade e segurança à vida das pessoas. No entanto, uma pergunta fica no ar: o que ainda vem por aí? A velocidade das inovações é tão rápida, que muitas vezes assusta as pessoas, que não conseguem sequer se informar de tudo de novo que é lançado diariamente, aqui e no mundo. Então respire, mantenha a calma e siga adiante. Não há tempo para ter medo. É preciso se informar e atualizar continuamente para não perder o trem da história e para, no caso, não gastar mais tempo e dinheiro do que necessário em atividades já ultrapassadas. As novas tecnologias estão aí para ajudá-lo. Informe-se sobre elas e veja que a diversão está só começando.



Foto: aqua.com.br

Você se lembra dos filmes e animações antigas, que mostravam um “futuro” com objetos e realidades até então inimagináveis para suas épocas? Pois muitos deles acertaram em suas previsões. Quem poderia supor, na década de 1960, que as teleconferências usadas pelos personagens do desenho animado “Os Jetsons” para se comunicar entre si se tornariam tão corriqueiras atualmente? Na mesma época, o filme “2001: Uma Odisseia no Espaço”, de 1969, previu o uso de tablets, em um tempo em que os computadores pessoais, ou desktops, ainda estavam longe de ser populares. Já o clássico da década de 1980, “De Volta para o Futuro 2”, antecipou inovações como o cinema 3D, eletrodomésticos sendo operados por comando de voz, grandes monitores

planos de TV e óculos de realidade virtual. Mais recentemente, em 2002, o *blockbuster* “Minority Report” mostrou o uso das telas *touchscreen*, que ainda não existiam à época.

E quem imaginava há tempos atrás que carros poderiam ser guiados por computadores remotos, sem a necessidade de um motorista para conduzi-los? E que este computador remoto conseguiria se comunicar diretamente com seu telefone móvel ou com sistemas operacionais conectados a sua casa? Pois essas tecnologias já são realidade e, com isso, tornaram iminentes a adaptação não só das pessoas comuns, seus usuários finais, como também de segmentos inteiros do mercado. E é justamente este momento de mudança e adequação que vive, atualmente, a Indústria Seguradora em todo o mundo.

Cadê o motorista?

Há alguns anos, você poderia imaginar trafegar em um carro conduzido por um computador? Se sua resposta foi não, saiba que esta é mais uma tecnologia inovadora que vem se tornando real. De acordo com o Departamento de Administração de Segurança Nacional de Tráfego nas Rodovias dos Estados Unidos (NHTSA), o carro totalmente autônomo é aquele

que assume todas as funções de condução durante uma viagem inteira. Nele, o motorista fornece um endereço de destino para que o veículo inicie o trajeto, não sendo necessário mais nenhum envolvimento seu na condução. Sendo assim, os veículos autônomos são capazes de dirigir com uma grande precisão, já que estão conectados com o mundo exterior por meio de sensores e tecnologias avançadas de comunicação.

Apesar de ainda haver resistência por uma significativa parcela da população, que se sente insegura diante da ausência de um condutor “real” no veículo, registros comprovam que o uso de carros com recursos ativos de segurança, como a frenagem automática de emergência, têm diminuído o número de acidentes de trânsito. Estatísticas apontam que 90% das ocorrências são causadas por falha humana. Desta forma, ao retirar ou, pelo menos, reduzir o fator humano na condução dos veículos, o número de acidentes tende a diminuir. Em dados divulgados pela Google, empresa que atualmente desenvolve pesquisas avançadas na área dos carros autônomos, em sete anos de testes e 2,2 milhões de quilômetros rodados, os protótipos se envolveram em apenas 17 acidentes.



Foto: onehealthmag.com.br

Protótipo de carro autônomo da Google que nem sequer tem volante pode ir para as lojas em 2020

Segundo os relatórios da Google, no entanto, mesmo que os sensores presentes nos carros identifiquem o risco de um acidente e realizem uma ação para evitá-lo, a possibilidade de falha humana ainda existe. Para comprovar essa teoria, eles afirmam que em 10 das 17 ocorrências envolvendo os protótipos da empresa, as falhas poderiam ter sido evitadas se os motoristas não tivessem desabilitado o funcionamento dos sensores para tentar preveni-las.

E quais são os impactos dessa nova tecnologia para a Indústria de Seguros? O assunto é muito discutido por especialistas da área, mas ainda não há conclusões para este questionamento, por enquanto. “Uma das vertentes aponta que, considerando que o potencial de ocorrência de sinistros será reduzido, os custos das seguradoras com eventos envolvendo veículos também cairá. Desta forma, os prêmios cobrados dos segurados deverão sofrer alterações com o objetivo de garantir a competitividade das empresas e de manter suas carteiras de clientes”, explica Elias Zoghbi, sócio para a indústria de Serviços Financeiros da Deloitte e especialista em Seguros.

Em contrapartida, é possível que os preços dos automóveis aumentem devido ao custo da tecnologia necessária para garantir o funcionamento do veículo autônomo. Se por um lado a quantidade de acidentes será reduzida, o valor total de um sinistro deve ser elevado, considerando-se o preço final de compra

do veículo. “Além disso, com a iminência do uso propagado de carros autônomos, deverá surgir também uma nova cobertura de seguro relacionada às vulnerabilidades do próprio automóvel, tais como problemas no software ou hardware do comando do veículo, erros em algoritmos ou falhas de segurança”, complementa Zoghbi.

Outro tópico comum em discussão por profissionais da área é sobre quem deve assumir a culpa, a partir de agora, em casos de acidente em que seja retirado o elemento falha humana? “Nesta situação, uma vez constatado que não houve falha do condutor, possivelmente a análise da culpabilidade será direcionada para a montadora e/ou empresa responsável pelo desenvolvimento do software”, comenta Clodomir Félix, sócio-líder para indústria de Serviços Financeiros da Deloitte.

Além das adequações exigidas das seguradoras em seus produtos diante da nova realidade dos carros autônomos, um grande risco também relacionado a esta tecnologia torna-se iminente. “Não acredito em redução da demanda pelo seguro, pois a diminuição do risco deverá acarretar também em uma queda do preço do prêmio. Estamos falando na qualidade do risco e adequação de um valor de prêmio mais justo. Cabe destacar que estas diminuições não representam necessariamente perda de margem. Devemos considerar que há uma fatia de mercado ainda não usuária de seguro – porque acha caro e prefere fazer uma autogestão –, que poderá ser capturada pelas seguradoras, mas requerendo para tal um reposicionamento de suas estratégias de mercado. O momento para pensar nisso é agora”, adverte Clodomir Félix.

Elias Zoghbi, sócio para a indústria de Serviços Financeiros da Deloitte

Foto: Divulgação/Deloitte



Clodomir Félix, sócio-líder para indústria de Serviços Financeiros da Deloitte

Nem tudo, porém, deve ser classificado como problema ou questionamento para a Indústria Seguradora. É preciso ter em mente que, no mundo corporativo, grandes desafios também podem se tornar grandes oportunidades de negócios, conforme exemplos abaixo:

1. Transferência de responsabilidade sobre acidentes

Considerando que as empresas responsáveis pela tecnologia dos carros autônomos estarão suscetíveis à imputação de culpa pela ocorrência de acidentes, as seguradoras poderão alterar a forma como é idealizado e vendido o seguro para automóveis. Atualmente, como o condutor é responsabilizado por possíveis danos ao seu próprio veículo e a terceiros, ele deve arcar com os custos de um possível acidente e, conseqüentemente, é ele o foco do seguro para carros. Contudo, com a transferência da responsabilidade de uma eventual ocorrência para as montadoras, as seguradoras podem passar a oferecer a elas um novo tipo de proteção, minimizando as perdas relacionadas a gastos com indenizações e risco de imagem.

Foto: Divulgação/Deloitte



2. Proteção contra ataques cibernéticos

Como os veículos serão capazes de coletar e armazenar dados sobre os hábitos do condutor, eles também poderão estar suscetíveis a ataques cibernéticos. Desta forma, as seguradoras podem criar produtos que permitam tanto ao motorista se proteger de eventuais danos causados pela exposição destes dados quanto às empresas responsáveis pela tecnologia em relação a custos provocados pelas falhas em questão.

3. Investimento em seguros contra roubos e outros tipos de danos

Apesar de o risco de acidentes ser reduzido, os carros autônomos ainda estarão vulneráveis a outros tipos de sinistros, como roubos e danos causados por eventos naturais, por exemplo. Dessa forma, as seguradoras têm a oportunidade de oferecer produtos mais baratos aos consumidores, uma vez que os custos relacionados a acidentes seriam reduzidos.

A disrupção criativa

O novo mercado consumidor, aquele que já utiliza ou ainda irá adquirir os carros autônomos, é

constituído em grande parte pela chamada geração Millennial, formada pelos nascidos na década de 1980. Este grupo, também conhecido como geração Y, é formado por pessoas nascidas dentro da chamada "era da informação", onde a mobilidade e a comunicação se tornaram instantâneas com a utilização da internet, redes e dispositivos móveis. Suas percepções sobre o mundo foram construídas sob o conceito da globalização, cujas fronteiras geográficas não representam barreiras econômicas ou sociais.

O surgimento da internet revolucionou o mundo, em um primeiro momento, ao facilitar o acesso das pessoas à informação. Na década passada, havia cerca de 500 milhões de dispositivos conectados à internet. Para este ano, o número é estimado em 6,4 bilhões, e as projeções publicadas pelo grupo Gartner estimam que esse índice cresça para 20,8 bilhões até 2020⁽¹⁾.

A Internet das Coisas está inserida no terceiro momento da internet, compreendendo a conectividade homem-máquina e máquina-máquina. O conceito da IoT (Internet Of Things, sigla em inglês) consiste em adicionar sensores e receptores em diversos tipos de objetos e, então, ligá-los à internet, de maneira que



Renata Galdino, sócia para indústria de Serviços Financeiros da Deloitte

eles possam estabelecer comunicação entre si e com os seus usuários. Os objetos se tornam inteligentes e integrados a um ambiente digital de maior dinamicidade, à medida em que as comunicações tendem a ser efetuadas entre máquinas, minimizando ou até excluindo a necessidade de interação humana. Desta forma, popularizou-se a ideia de que a IoT é uma nova onda de revolução digital, potencializada pela disrupção criativa.

Por meio do barateamento e da

Foto: Divulgação/Deloitte



popularização das tecnologias portáteis, é possível criar redes complexas que interliguem veículos, celulares, casas, empresas, máquinas e até cidades. Este ambiente de criação, troca e análise de informações sem a necessidade da intervenção humana propiciou oportunidades de negócios inteligentes, ágeis e inovadores para diferentes indústrias. Novamente aqui, as seguradoras encontram uma gama de novas possibilidades de produtos a serem criados ou adaptados às novas necessidades dos consumidores. “A Indústria de Seguros participará ativamente da revolução da Internet das Coisas. É imprescindível demonstrar aos clientes que esta nova fase se trata de uma oportunidade com benefícios para ambos os lados”, comenta Renata Galdino, sócia para indústria de Serviços Financeiros da Deloitte.

Seguro Baseado no Uso

Com a popularização dos dispositivos Smart e da IoT, por exemplo, espera-se que sejam observadas tendências de aceleração no desenvolvimento de seguros baseados em utilização (Usage Based Insurance - UBI). Esse crescimento é esperado porque a tecnologia de Internet das Coisas permite a coleta de dados até então nunca efetivamente explorada, principalmente em razão das questões de portabilidade e conectividade. “Desta forma, é espera-

do que as metodologias utilizadas para as atividades de precificação e de gestão de riscos no Brasil sejam significativamente alteradas”, analisa Renata Galdino.

Os modelos praticados para o seguro de automóveis, por exemplo, tendem a seguir a direção dos novos métodos implementados no mercado norte-americano, os chamados “Pay as you drive” e “Pay as you use”. No primeiro, o sistema baseia-se na avaliação da forma como o segurado dirige, utilizando a tecnologia IoT para obter diversos dados para diagnóstico, como distância percorrida, quantidade de horas dirigidas no ano, velocidade e histórico de risco das rodovias trafegadas. Já o “Pay as you use” leva em consideração informações de condução geradas pelo próprio usuário. Este método faz uso de Telemática para transmitir dados sobre a quantidade de milhas percorridas pelo cliente e, a partir daí, ajustar os valores cobrados com base em faixas de desconto previamente estabelecidas.

Originalmente desenvolvido na Inglaterra, o seguro baseado no uso teve seu projeto-piloto desenvolvido nos Estados Unidos, por companhias como a National General Insurance e a Progressive Insurance. Em publicação divulgada por uma das empresas líderes em soluções de tecnologia e conectividade para automóveis, observa-se um forte

crescimento do número de apólices aderentes ao conceito de UBI na América do Norte, onde oito das dez maiores seguradoras possuem produtos dessa modalidade. A penetração do sistema no mercado atingiu 2,8% no ano de 2015, índice mais que duas vezes superior à penetração alcançada no ano anterior⁽²⁾.

O estudo em questão prevê ainda uma aceleração da taxa de inserção de mercado a níveis superiores a 19% até 2019. Quanto ao impacto nos custos, segundo o relatório, são esperadas reduções de até 40% na ocorrência de sinistros e de até 50% nos custos que envolvem a administração de apólices.

Com o foco da análise de risco sendo redirecionado ao comportamento de cada indivíduo, torna-se fundamental para as seguradoras apresentar sistemas e processos bem estruturados e que garantam a melhor experiência possível ao cliente. Vale destacar que esse tipo de sistema de personalização da cobertura de seguro relacionada ao potencial pessoal de provocar um sinistro é muito mais justo do que o atual padrão de cobrança de prêmios, baseado no perfil médio em que são enquadrados os segurados. “Historicamente, a Indústria de Seguros possui consumidores pouco fidelizados, muito sensíveis a variações de preço. Com isso, mais do que nunca, é preciso que as seguradoras desenvolvam produtos personalizados, adaptados especialmente para atender ao perfil de risco e às necessidades de cada pessoa”, finaliza Elias Zoghbi, sócio para a indústria de Serviços Financeiros da Deloitte e especialista em Seguros.

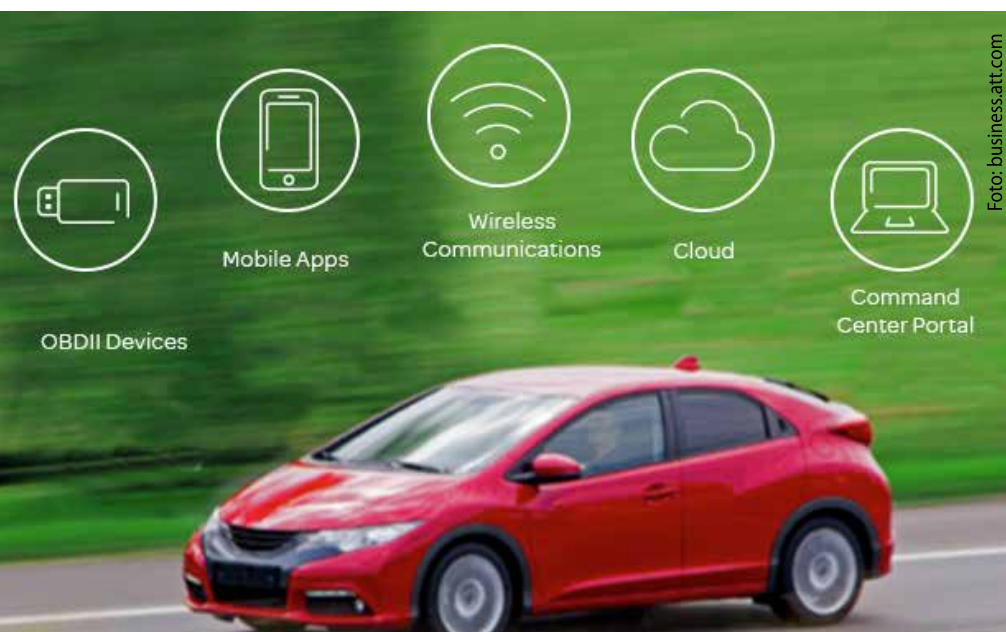


Foto: business.att.com

(1) Segundo dados publicados pelo Gartner. < <http://www.gartner.com/newsroom/id/3165317>>

(2) Usage Based Insurance Best Practices and Guidelines | Charting a Course to UBI Success. IMS, 2016

100%
DESCONTO
na 1ª
MENSALIDADE

Válido
até dia
15/12 de
2016

VESTIBULAR ADMINISTRAÇÃO 2017

**VOCÊ TEM ALGUMAS CHANCES
DE ENTRAR NESSE MERCADO.
NENHUMA TÃO SEGURA QUANTO ESSA.
FAÇA ESCOLA NACIONAL
DE SEGUROS**

Com a Escola Nacional de Seguros,
você tem acesso a um curso superior exclusivo
de Administração e ainda aproveita uma base sólida
de conhecimento na área de Seguros e Previdência,
um dos mercados mais promissores do País.



3ª carreira
mais promissora
para 2017



Alta remuneração
para profissionais
especializados



Crescimento
de até 50% nos
próximos 5 anos

www.profissaosegura.com.br



DÚVIDAS E INFORMAÇÕES:
(11) 2739-1029/1059

SÃO PAULO
RUA AUGUSTA, 1600 - CONSOLAÇÃO
vestibular@funenseg.org.br



Proteção do consumidor: o cliente como base para todos os negócios



Da esq. p/dir.: Gonzalo Vecine Neto; Solange Beatriz, Ricardo Morishita e Werson Rêgo

Conferência da CNseg reúne especialistas para discutir aspectos de proteção do consumidor de Seguros

Por Sergio Vitor

A proteção do consumidor de Seguros foi o tema da 6ª Conferência promovida pela CNseg, no dia 29 de setembro em São Paulo. O mercado segurador defende a aprovação do Projeto de Lei Complementar (PLP) 220/16, que trata da proteção dos direitos de consumidores de produtos vendidos por seguradoras. A legislação disciplina os segmentos de Capitalização, Previdência Complementar e Seguros privados.

"O PL 220 tem como papel principal assegurar que as reservas técnicas das seguradoras, que espelham as obrigações assumidas com os clientes, não se confundam com o patrimônio líquido das companhias e assim não sejam usadas para pagamentos de outras dívidas", defendeu Edson Franco, presidente da FenaPrevi. Renato Mandaliti, sócio da Mandaliti Advogados, comentou sobre o projeto de lei que ainda está em votação. "A lei tem como o principal objetivo aumentar a garantia social das pessoas", salientou.

Claudia Silvano, diretora do Procon do Paraná e presidente da Procon-Brasil salientou que a ouvidoria das organizações têm papel importante na desjudicialização. "A ouvidoria tem que entender as manifestações dos clientes e atender às expectativas do consumidor", enfatizou Gisele Garuzzi ouvidora da Bradesco Seguros.

Apesar da crise econômica, o mercado de seguros continua crescendo, assim como aumenta também o número de processos. Segundo dados do Sindec (Sistema Nacional de Defesa do Consumidor), de 2011 a 2015 houve um excessivo número de processos contra as seguradoras. Os problemas contratuais são os mais recorrentes.

Segundo Julio Melo, ouvidor da Porto Seguros, os ouvidores devem fazer com que os clientes não precisem procurar o judicial para sanar os seus problemas. "A roupa suja se lava dentro de casa", pronunciou. Silas Rivelle, também profissional de ouvidoria, da Seguros Unimed, seguiu a mesma linha de pensamento de Melo e afirmou que o ouvidor é a voz do cliente na empresa.

Informação x Judicialização

O tema judicialização teve grande destaque durante a Conferência. No painel 'Informação: o caminho da desjudicialização' Ricardo Morishita Wada, presidente do Instituto de Pesquisas Jurídicas, afirmou que esses processos podem ser combatidos. "A sociedade deve ser informada de dados e permeada por decisões de valor; trata-se de um ato de conhecimento", acentuou. "Uma solução, que já está em curso, são possíveis varas especializadas em saúde nos tribunais de justiça", comentou o médico Gonzalo Vecina, reiterando o pensamento de Morishita.

O Desembargador do Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro, Werson Rêgo, considera que a judicialização é uma conquista social, mas ele aponta um problema. "O Estado promete muito e as demandas são infinitas, no entanto, os recursos são finitos. Quando o juiz decide em benefício de apenas um consumidor, todos os outros serão afetados por causa desse privilégio", acentuou.

Institucionais...

Comerciais...

Vídeos Promocionais...

DVDs Musicais...

Captação de áudio...


Grandes Produções!


DREAMS VIDEO


(11) 2765-5311

contato@dreamsvideo.com.br

Referência no **Mercado Audiovisual**

 [/dreamsvideotv](https://www.youtube.com/dreamsvideotv)

 [@dreamsvideo](https://www.instagram.com/dreamsvideo)

 [/dreamsvideotv](https://www.facebook.com/dreamsvideotv)



MAIS UM CONEC PARA APR

XVII edição do evento contou com lideranças representativas do setor e reuniu cerca de 6 mil congressistas em São Paulo durante três dias de palestras e exposição das maiores seguradoras do país. Na ocasião, especialistas convidados abordaram diversos temas desde seguro de vida, futuro da corretagem no país, a importância do papel social do seguro, vendas online e novas tecnologias, seguro auto popular, judicialização, seguro nas escolas, responsabilidade civil, até zona de conforto e caminhos que podem abrir as portas para o sucesso.



Por Aurora Ayres e Sergio Vitor

O imponente auditório principal do Palácio das Convenções do Anhembi, em São Paulo – com capacidade para 2.505 pessoas sentadas – ficou pequeno para acomodar corretores de seguros vindos de todos os cantos do país. Em sua 17ª edição o CONEC - Congresso dos Corretores de Seguros do Estado de São Paulo, de tema “Aprender, Empreender e Ser - Corretor de Seguros, o Caminho Seguro da Distribuição” reuniu congressistas e lideranças do mercado durante três dias de intensa programação. Paralelamente ao Congresso, a tradicional Feira de Negócios Exposeg reuniu as principais empresas do mercado de seguros. O evento foi promovi-

do pelo Sindicato dos Corretores de Seguros, de Empresas Corretoras de Seguros, de Resseguros, de Saúde, de Vida, de Capitalização, de Previdência Privada no Estado de São Paulo (Sincor-SP) que este ano inovou ao disponibilizar uma série de recursos digitais aos congressistas. Houve sorteio de nove veículos e de pacotes de viagens referentes aos projetos Trilha do Conhecimento e Passaporte do Bem, também organizados pela entidade.

Durante a solenidade de abertura, Alexandre Camillo, presidente do Sincor-SP falou que o objetivo do congresso era enfatizar que o corretor é o caminho seguro da distribuição. “O corretor, ao longo dos anos, vem cumprindo seu papel com excelência, garantindo a estabilidade

do mercado, além de ser o divulgador do seguro. Se não fosse por essa atuação, sem dúvida, os processos judiciais contra o mercado seriam muito maiores. É o corretor quem mantém a relação de confiança entre o setor e o segurado”, pontuou.

Marcio Coriolano, presidente da CNseg, enfatizou que o mercado de seguros contribui para o desenvolvimento sustentável, pois gera cerca de R\$ 800 bilhões em ativos por ano, que representam poupança interna expressiva. O executivo afirmou que, apesar da situação econômica e política do país, o setor deve fechar o ano com crescimento em torno de 8% a 10%. “Vamos trabalhar para inserir a indústria de seguros no centro das políticas econômicas do país, para que todos compreendam sua importância”.

Um Brasil em construção



Willian Waack, Mara Luquet e Marco Antonio Villa

A palestra magna de abertura "Passando o Brasil a Limpo", com os jornalistas Willian Waack e Mara Luquet e o historiador Marco Antonio Villa teve foco nas perspectivas políticas e econômicas do Brasil. A Lava-Jato, as manifestações populares que levaram ao impeachment de Dilma Rousseff, o Governo Temer, a reforma da Previdência e o combate à corrupção foram alguns temas provocados por Waack aos convidados acima citados.

Na visão de Marco Antonio Villa, a Lava-Jato faz o papel central da 'construção' de uma nova República que "nunca foi proclamada, ape-

nas anunciada. Essa República que temos está podre", lançou. "O nó

é político e o ministério composto não vai dar conta das complexidades que o Brasil tem daqui pra frente. O eixo de ação agora é o governo aprovar as 10 medidas contra a corrupção. Esta é a mãe de todas as reformas", argumentou.

Para Mara Luquet, a nova matriz econômica foi um erro e outros passos devem ser dados o quanto antes. "O país precisa entrar em um ciclo de queda de juros para reativar a economia. Convergir para a meta de inflação e também de ajuste fiscal", enfatizou.

Waack entende que a natureza da crise é muito mais grave do que

substituir um "governo péssimo por outro com boas ideias. Não vamos conseguir ajustar as contas antes de 2020/2022", projetou.

Caminhos futuros

O painel "Futuro da Corretagem de Seguros", contou com a participação de executivos de seguradoras e foi mediado pelo primeiro vice-presidente do Sincor-SP, Boris Ber. O objetivo do encontro foi abordar os caminhos futuros no segmento de seguros por meio do debate e análises dos prováveis desdobramentos da profissão de corretor de seguros.

O presidente da SulAmérica, Gabriel Portella destacou a importância da participação ativa dos corretores na discussão sobre os rumos da sua atuação. "Temos confiança no desenvolvimento do país e do mercado de seguros. O futuro dependerá do que discutirmos hoje, agora, e construímos juntos. A indústria de seguros é forte e tem grande potencial de crescimento".

Uma das principais tendências para a profissão, ressaltou Portella, é a oferta de proteção completa, envolvendo produtos de variadas linhas. "O corretor que trabalha diversas linhas tem um olhar pleno em relação ao cliente e pode ofertar produtos de forma mais efetiva", sinalizou.

José Adalberto Ferrara, presidente da Tokio Marine argumentou que



Presidentes de seguradoras participam de painel sobre o futuro da corretagem

o corretor tem o principal ativo do mercado em mãos: o cliente. “Por isso, nós, seguradores, temos que investir cada vez mais em treinamento e formação para que nossos parceiros possam oferecer soluções completas de proteção para cada segurado”.

Ferrara acredita que os corretores precisam, cada vez mais, pôr em prática a chamada “venda consultiva”: devem entender as demandas e ofertar os produtos adequados a cada cliente. “Para isso, é necessário que o corretor conheça em profundidade as carteiras. Isso requer tanto a iniciativa dele quanto a disponibilidade das companhias em prover conhecimento”, afirmou.

Francisco Vidigal Filho, presidente da Sompo Seguros, destacou que o corretor deve estar atento às novas tecnologias, que podem ser aliadas para a busca de oportunidades de negócios, e da importância de os corretores incentivarem os jovens a conhecer e investir numa carreira no setor, para que as corretoras de seguros não enfrentem o problema de falta de executivos para a sucessão empresarial, sobretudo nas empresas de administração familiar.

Questionado sobre o que é possível fazer para evitar que cooperativas interfiram no trabalho dos corretores de seguros, o CEO da Zurich no Brasil, Edson Luis Franco observou que as cooperativas surgem não em função de políticas de subscrição das companhias do setor, mas em função de um apelo contestável de equidade de serviços e soluções por um preço menor. “Existem problemas que necessitam que os encaremos com maturidade e disponibilidade de querer resolvê-los. Se as seguradoras, os distribuidores e os reguladores não os solucionam, o mercado começa a criar suas próprias soluções”, advertiu.

Para Franco, se existem cooperativas para determinados riscos, é



Seguro de Responsabilidade Civil foi um dos temas do evento

porque estes riscos não estão sendo bem trabalhados pelo mercado segurador. “Não existe risco ruim, mas mal precificado. O que é preciso avaliar é que as seguradoras são obrigadas a obedecer a regras de solvência e de capital impostas por seu órgão regulador. Mas é preciso que estas regras sejam impostas de maneira igual a todos que querem atuar no segmento, pois só assim será possível garantir um nível de competitividade adequado”, ponderou.

Quanto aos preços dos seguros e como voltar a crescer os prêmios – colocação feita por Boris Ber, mediador do painel – Miguel Pérez Jaime, CEO da Allianz Seguros frisou que em um mercado altamente concorrente é premente focar na cobertura e qualidade das apólices e não no preço. “O mais importante é que o produto tenha uma cobertura abrangente. O problema aparece quando o cliente não entende o produto. Por isso há que se focar na qualidade”.

Indústria de danos morais

Atualmente, os tipos de seguros estão totalmente fatiados e a diversificação pode, de alguma maneira, trazer benefícios para o consumidor. Esse foi o assunto central do painel

“Quanto mais Responsabilidade, melhor”.

Angélica Carlini, especialista em direitos de seguro, abordou danos morais e materiais, explicando ser possível dividir ainda mais esses sinistros. “Os danos estéticos estão incluídos nessa divisão. Se caso a vítima em seu horário de serviço perca um membro ou parte do corpo que possa causar um impacto social, ela receberá uma indenização”.

O impacto social, segundo ela, é quando fica evidente a deficiência física ou uma parte do corpo deformado à mostra. Além disso, há o descalabro psicológico que cobre a indenização da saúde mental da vítima, e o dano da perda de uma chance, que refere-se ao que a pessoa deixou de fazer; por exemplo, alguém deixou de viajar por causa de um dano ou passou do horário para entrevista de emprego, entre outros motivos que podem causar complicações mentais.

“A responsabilidade civil abrange bastante, todo mundo exige danos morais. É possível dizer que temos uma indústria de danos morais”, comentou a advogada, afirmando não existir uma classe que não seja vulnerável e os corretores devem se aproveitar disso.

Marcio Guerreiro, da Comissão de Responsabilidade Civil da Fen-

Seg, fragmentou ainda mais o ramo de RC: RC financeira, RC Profissional (Judiciário) e responsabilidade de seguro de riscos ambientais. “Podemos ver responsabilidade civil em qualquer situação”, frisou. “Atualmente, há vários tipos de segmentos que as seguradoras decidem atuar. Geralmente elas cobrem grande parte dos seguros, mas dão ênfase em algum setor específico”, comentou.

Edson Toguchi, superintendente de Ramos Diversos da Tokio Marine Seguradora reforçou a importância do papel social do seguro, responsável por permitir que pessoas e empresas reconstruam suas trajetórias após momentos de dificuldade. O executivo defende a criação de novos prêmios e produtos inovadores. “Mas não é só a seguradora que deve trazer coisas novas e sim os corretores que estão sempre mais próximos dos clientes”.

Toguchi ressaltou que os profissionais devem deixar o contratante ciente que em caso de sinistros a seguradora deve ser a primeira a ser contatada para solucionar o problema. “O corretor deve provocar o cliente a fim de saber se ele está preparado para receber a alta demanda e provocar a seguradora para que ela forneça novos produtos para o contratante”, indicou.

“Os clientes estão cada vez mais cientes dos seus direitos enquanto cidadãos. O corretor deve explorar muito mais esse mercado. O desafio agora é criar uma cultura no Brasil de responsabilidade civil”, lançou Flávio Sá, gerente financeiro da AIG.

Para Felipe Paes Barretto, coordenador da Comissão de RC do Sincor-SP, a hora da Responsabilidade Civil chegou. “Fato é que, no mercado nacional, há uma grande diversificação de modalidades no ramo de RC, mas é uma esfera ainda bastante mistificada e os corretores devem trabalhar para que no futuro próximo sejam seguros comuns

iguais aos outros”, observou. “Temos maturidade no mercado de seguros para dar ao cliente a cobertura que ele precisa em relação ao risco da sua atividade”, assegurou.

Nova jornada



Marcio Coriolano, Robert Bittar, Joaquim Mendanha, Alexandre Camillo, Armando Vergílio, José Carlos Cardozo e Paulo dos Santos

“Nas duas últimas décadas o setor de seguros experimentou um crescimento exponencial (a taxas chinesas), mas algumas coisas foram deixadas para trás. Não sabemos se esse crescimento é satisfatório. Crescemos o que poderíamos crescer? Colhemos o máximo dos frutos e das oportunidades?” Com esse questionamento, o presidente do Sincor-SP Alexandre Camillo abriu o painel “Conflitos e Soluções – Uma Nova Agenda para o Mercado de Seguros”. Para Camillo essa agenda é inexistente, por isso a falta de uma avaliação justa do comportamento do setor na última década.

Marcio Coriolano, presidente da CNseg começou o debate analisando que a estabilidade econômica no passado gerou uma ‘janela de oportunidades’ significativa ao mercado segurador movido à renda, produto e emprego. Na ocasião, Coriolano elencou os requisitos básicos para uma nova jornada de crescimento: comunicação e educação em seguro, voltada não só para consumidores e potenciais consumidores, mas

também para os poderes Executivo, Legislativo e Judiciário; ampliação dos canais de acesso e fortalecimento dos corretores; avaliação de impacto regulatório por parte dos órgãos reguladores; políticas governamentais contra-cíclicas e estabele-

dade e previsibilidade regulatória.

“O mercado vem crescendo sim, mas não tanto quanto deveria, pois a Saúde Suplementar e o VGBL ficam com a maior parte desse crescimento”, argumentou. “O seguro é uma atividade pró-cíclica, porém resiliente e está aumentando suas taxas de crescimento; o setor só pode alavancar a economia com a união de todos os atores do mercado, que é o motor fundamental para a retomada do crescimento da economia brasileira”, argumentou.

Ao acrescentar outro item à agenda do setor, o presidente da Escola Nacional de Seguros (ENS), Robert Bittar acredita que não pode haver crescimento sustentável sem a devida qualificação profissional. Afirmou ainda que o excesso de regras impostas ao setor pela regulação inibe o desenvolvimento de novos produtos. “O que caracteriza hoje o setor é ser excessivamente regrado, implicando em custos operacionais e um custo ainda maior ao consumidor final”, disparou.

Outro tema abordado foi a au-



MySeg

Aplicativo **MySeg**

Fidelize sua Base! **Conquiste mais Clientes!**

- # FACILIDADE DE ACESSO ÀS PRINCIPAIS INFORMAÇÕES DOS SEGUROS
- # FACILIDADE PARA O SEU CLIENTE SE COMUNICAR COM VOCÊ
- # MAIS TRANQUILIDADE PARA O CLIENTE NA "HORA CRÍTICA"
- # CANAL EXCLUSIVO DE COMUNICAÇÃO COM O CLIENTE
- # AQUISIÇÃO DE NOVOS CLIENTES
- # CONTATOS DA CORRETORA

Saiba mais em
myseg.iconeseg.com.br

 **iconeSeg**
www.iconeseg.com.br

MySeg no smartphone do seu cliente



torregulação dos corretores. Paulo dos Santos, presidente Ibracor, entende que a autorregulação profissional é um sinal de amadurecimento do setor. Em sua opinião, a Susep não tem estrutura suficiente para orientar os cerca de 100 mil corretores brasileiros em relação ao cumprimento das normas.

O presidente da Fenacor, Armando Vergílio, afirmou que a autorregulação foi uma conquista e o Ibracor surge para defender as boas práticas e a melhoria da qualidade dos profissionais. "Precisamos, agora, trabalhar em torno de uma agenda positiva", convocou Vergílio.

Por sua vez, o superintendente da Susep, Joaquim Mendanha de Ataídes, ressaltou a importância da união e assegurou que a autarquia está aberta para ouvir e agir, mais do que falar. "Estamos à disposição para conversar sobre essa agenda positiva", conclamou.

Mitos e Verdades

No painel "Mitos e Verdades sobre o mercado de seguros no Brasil", o assunto foi tratado com alguns pontos de vistas divergentes entre os palestrantes. A intenção era trazer ao público o que é real e o que fica no campo da teoria no ramo segurador. Com o crescimento exacerbado da tecnologia e, na mesma proporção, o consumo dela, o acesso às informações ficou bem mais fácil. Algumas profissões perderam seu espaço, como é o caso dos agentes de viagem. Muitos já optam por planejar viagens via internet. Então, o questionamento que se faz é: será que a profissão de corretor vai acabar? E com a evolução da internet vai, no mínimo, sofrer alguns impactos?

O diretor-geral da Porto Seguro, Rivaldo Leite, informou que em 2003 havia 0,08 internautas conectados à internet e já em 2010 este número cresceu mais de 20 vezes. Em 2015, o número pulou para 25 bilhões de



Palestrantes provocam a plateia quanto aos mitos e verdades sobre o setor

peças. Rivaldo ressaltou que 41% dos compradores costumam pesquisar as características do produto via web antes de adquiri-lo e acredita na continuidade da profissão, pois até para vender seguro online é preciso de alguém para auxiliar na hora de fechar o negócio.

Os dados apresentados no painel mostraram que 54% das pessoas seguem no twitter as empresas que venderam algum tipo de produto para elas. Já 74% curtem a companhia no facebook. "A história de que os clientes pesquisam somente o preço do produto é um mito, pois procuram também qualidade. E a verdade é que o consumidor precisa de segurança para comprar à distância", argumentou.

Dados da E-bit, empresa de certificação do consumidor em vendas online, apontam que 51,3 milhões de pessoas já utilizaram a internet para comprar/contratar algum objeto/serviço. A popularização da internet banda larga facilitou essa prática.

Luiz Alvarez Morales, da Comissão Social do Sincor-SP, tratou de esquentar o debate cobrando algumas posições das seguradoras diante dos corretores. "Os trabalhadores de seguradora atualmente são fracos; esses colaboradores devem ter uma relação maior com os corretores", queixou-se, sendo bastante aplaudido pela plateia.

Para ele, a ideia é que deve ficar

claro ao segurador que os corretores precisam deles. Segundo o especialista, a profissão dificilmente acabará: "na legislação é obrigatório existir alguém para intermediar a contratação de seguros", disse, referindo-se à lei de 4.594, sancionada em 1964, que estabelece que o intermediário legalmente autorizado a promover contratos de seguros, seja pessoa física ou cidadão jurídico, é o corretor.

Matias Ávila, vice-presidente Comercial da SulAmérica, tentou, de maneira descontraída, contrariar a ideia de Morales, dizendo que a SulAmérica tem como um dos principais objetivos deixar o corretor completamente satisfeito e livre para poder realizar seus negócios.

Isair Paulo Lazarotto, diretor comercial da Bradesco Seguros, comentou que a hora é de ficar muito mais focado no contratante. "É o momento de pensar ainda mais no cliente do que se preocupar tanto com o produto", argumentou, defendendo a web como forma de auxiliar os profissionais e não como um adversário a ser combatido.

Lazarotto mostra que o modelo a ser adotado agora é o de Cross Selling - forma de oferecer aos mesmos clientes produtos que complementam os planos que já foram ou serão adquiridos. "Aperfeiçoar a base de dados, segmentar clientes, capacitar equipes, melhorar na comunicação e entregar proposta de

valor, enfim os multicanais, que são as redes sociais, fazem crescer o relacionamento com o consumidor”, ponderou.

Assim como Lazarotto, Ricardo Ricci, coordenador da Comissão Interesses do Corretor de Seguros do Sincor-SP considera que os novos métodos tecnológicos servem para auxiliar os corretores e não para comprometer o seu trabalho. “As ferramentas que a tecnologia oferece ajudam no vínculo do contratante com a empresa seguradora”, afirmou.

Bem na nossa vez

Dado Schneider, um dos palestrantes mais inovadores da atualidade prendeu a atenção de milhares de corretores ao oferecer dicas de como “Aprender a empreender” num mundo de transformações onde tudo parece mudar “bem na nossa vez”. Com seu jeito irreverente, o publicitário e professor provocou a plateia com suas ideias arejadas a respeito de estar no mundo para viver intensamente o século 21 deixando a maneira de pensar e agir lá no século passado.

Schneider iniciou sua palestra ponderando que a idade cronológica nada tem a ver com as atitudes diante da vida. “Antigamente, os mais velhos eram resistentes às mudanças e os jovens, abertos ao novo. Hoje tem de tudo: jovem velho e velho jovem. O ideal é não ter ‘barriga’ na cabeça. Digam: o meu cérebro é de tanquinho”, disse, fazendo uma analogia à ‘barriga de tanquinho’, sonho do indivíduo comum que se apega apenas à estética corporal e se esquece de ‘malhar’ as ideias. “Antes a gente se diferenciava por idade. Mas já que a tecnologia alonga a vida, isso mudou. Agora, somos diferenciados por mentalidade. O problema não é ser velho, mas ser ultrapassado. A nossa cabeça foi formatada no século 20. Temos que aprender a trocar de dimensão”, ensinou.



Dado Schneider prende a atenção da plateia com ideias arejadas

Para Schneider ninguém precisa gostar desse novo mundo, mas há que se adaptar para não ficar para trás, principalmente no mundo corporativo. “O século 21 é veloz demais para se carregar funcionário-mala, chefe-mala, sócio-mala, colega-mala e até cônjuge-mala”, brincou, enfatizando que nunca houve adultos iguais a nós. “As gerações passadas repetiam os modelos até nós. Agora acabou. Somos os únicos adultos que têm que se adaptar. Mudar não é gostar das mudanças, é entendê-las. Não ficar com os pés pregados no século 20. O mundo mudou...E bem na nossa vez”, salientou o palestrante referindo-se à expectativa de vida. “Agora a adolescência vai até os 35 anos, pois as pessoas dessa geração vão passar dos 100 anos”, projetou.

A partir de suas pesquisas, Schneider ousa afirmar que os ‘espécimes’ da nova geração – a chamada geração Z, nascida no século 21 – não foram criados para o emprego e que os atuais padrões de uma sociedade hierárquica sisuda não se encaixam em seu modo de ‘livre pensar e agir’, pois se sentem melhor em um clima organizacional mais arejado. “E-mail pra eles é coisa de velho, pois é um meio de comunicação estanque. Preferem o whatsapp. Eles empreendem ao natural e são competentes. Serão nossos chefes ou nossos sócios daqui uns anos”, disparou.

80% diz que sim

Em um dos painéis no segundo dia do XVII Conec, o assunto foi sobre a saúde brasileira tanto privada quanto pública. Os dados mostraram que há uma alta inflação médica e elevada sinistralidade no setor. Com a indagação do painel “Saúde tem remédio?” especialistas no ramo de seguros discutiram, de forma didática, possíveis soluções para o segmento.

A presidente da Federação Nacional de Saúde Suplementar (FenaSaúde), Solange Beatriz Mendes, afirmou que a saúde não só tem remédio como é obrigação ter. Ela acentuou que para alcançar soluções é imprescindível a colaboração de todos que estão ligados neste segmento e ressaltou o papel do corretor: “o corretor tem que ser parceiro da população para trazê-la aos seus direitos como cidadão”.

No universo dos seguros, o seguro de saúde é o terceiro mais procurado. Solange defende que os planos podem ficar mais acessíveis financeiramente para a população e, por consequência, a demanda aumentará. “Muitos gastos na saúde pública são maiores do que deveriam. Um exemplo é uma prótese no joelho, que pode ter seu valor final muito maior do que era previsto no início do tratamento. Isso ocorre devido às margens que são feitas para comercialização do equipamento”, explicou.

A questão do desperdício também foi citada. Cerca de 30% do que hoje se gasta com saúde é desperdiçado. “Os custos podem ser controlados e combater o desperdício virou uma prática de conscientização”, reivindicou Solange ao acon-

da saúde e por isso necessitam de auxílio em alguns pontos. “Os juízes precisam da força do setor e da sociedade, não depende só do SUS e das organizações para obter alguns preços mais acessíveis”.

Estatísticas da FenaSaúde apon-



Painel reúne representantes do setor para discutir segmento de Saúde

selhar que os pacientes devem ajudar para a melhoria da saúde.

Outro ponto abordado foi a judicialização da saúde. A média no setor por ano gira em torno de 220 mil ações. Atualmente, são 110 milhões de processos em andamento no Superior Tribunal Federal (STF). Segundo Solange, pesquisa realizada pela Folha de S. Paulo, entre 2011 e 2012, apontou que menos da metade dos pacientes que entraram com um processo tiveram a indicação da cirurgia confirmada. Os maiores casos de judicialização também são causados pela falta de remédio nos postos que não atendem a alta demanda. São Paulo lidera o ranking de maior número de processos e Rio Grande do Sul vem em segundo lugar.

Raquel Giglio, diretora Técnica e de Relacionamento da SulAmérica, afirmou que os juízes não são totalmente especializados no ramo

que, no ano passado, a Saúde Suplementar representou 40% dos negócios de seguro do Brasil. As previsões para 2017 ainda são maiores e a perspectiva é que irá superar o orçamento do Sistema Único de Saúde (SUS).

Em sua palestra, Cássio Zandoná, superintendente da Amil, falou do futuro da saúde privada no Brasil. Contou que em 2012, a Amil investiu R\$ 640 milhões em hospitais no Rio de Janeiro e expandiu seu mercado na região carioca. Zandoná ressaltou que a população deve tomar consciência e se prevenir de doenças. “O melhor poder da prevenção é antecipar-se à doença”, indicou, comentando que muitos comem alimentos prejudiciais à saúde. Estudo realizado pela EAE Business School, em janeiro deste ano, apontou que os brasileiros são um dos que mais consomem *fast food* no mundo.

Por fim, Zandoná cobrou um pa-

pel mais intenso dos corretores de seguro na área da saúde. “Às vezes, o cliente nem tem noção de que o seu corretor possa vender um seguro saúde”, argumentou.

Para Arioaldo Bracco, da Comissão de Saúde do Sincor-SP, o corretor deve estar devidamente qualificado, pois o produto Saúde requer o máximo de atenção e deixar o cliente ciente de todos os segmentos é o mais importante. “O corretor deve se manter sempre bem informado sobre as novas oportunidades de negócios e sua maior contribuição é conhecer o produto para orientar o beneficiário corretamente”.

Enquanto as palestras aconteciam, os corretores respondiam, simultaneamente, através do site do Conec XVII, a questão que era o tema do painel: “A Saúde tem remédio?”. Ao final, a resposta na tela: 80% dos corretores responderam: sim, a saúde brasileira tem remédio.

Chega de likes

O professor e historiador Leandro Karnal foi convidado para falar sobre “A Essência do Ser” no segundo dia de palestras do Conec. A importância do ‘ser’ e não do ‘ter’, pessimismo e zona de conforto foram alguns dos tópicos abordados pelo filósofo para uma plateia que lotou o auditório do Congresso para ouvi-lo.

Karnal iniciou abordando o pessimismo e fez alusão aos momentos incertos aos quais os brasileiros vivenciaram no último ano. Em sua tese, toda equipe precisa de um elemento pessimista para dar senso de realismo. “Mas apenas um, não o projeto afunda”, brincou. “O pessimista reclama com razão dos problemas, mas não age. O pessimista apenas indica que há furos no projeto, mas não propõe soluções. Ninguém vence sendo pessimista, mesmo tendo razão. É preciso propor soluções”, frisou.

Para 2017, Karnal defende que o



Leandro Karnal, historiador e professor

pensamento deve estar nas transformações. “O problema é que somos individualistas estruturais. Ninguém ouve ninguém. Ouvir hoje é o gesto mais revolucionário que se pode fazer. Note que o silêncio é interessante, não é preciso opinar o dia todo. Já repararam que todos têm opinião sobre todas as coisas?”, complementou, explicando sobre a importância de ouvir e de servir: “Somos a cultura do orgulho. A humildade é um desafio; não é submissão nem servilismo. É uma grande virtude”, acentuou.

Um dos pontos abordados foi a importância de ‘ser’ e não de ‘ter’. “O ‘ter’ é consequência do ‘ser’. A meta é ser. Ter algo (como o sucesso) não deve ser o projeto de vida. Sucesso é consequência de ser e não a meta. Por isso, é preciso fazer com paixão o que se faz. O dinheiro é efeito do objetivo, da meta. As pessoas estão confundindo o meio com o fim, centrando suas metas no ego, caindo nas armadilhas do ego. E quem não controla o ego não controla nada”, lançou Karnal.

É preciso descobrir os próprios valores, entender qual a prioridade na vida e não viver uma vida para a exibição buscando likes em selfies. “Do que você gosta? Qual a sua prioridade? É certo que a mudança nos incomoda. Somos levados à zona de conforto cerebralmente, pois para pensar em algo novo o cérebro vai precisar dispende energia, então

melhor ficar onde estou. Mas a zona de desconforto é a única coisa que nos faz crescer. A crise é a força que quebra a inércia”, salientou.

O papel do erro foi outro ponto forte da palestra. “O erro faz parte da natureza humana. Tenho que pressupor que posso errar, pois tudo está em mudança. É inevitável errar. Mas quando eu avalio meu erro, o erro fica pedagógico e me dá a oportunidade de refazer algo. No momento em que eu decido que a minha empresa está bem é o momento em que ela começou a fracassar. Pois não mudar, não acompanhar as tendências é um erro. Mudar é difícil. Não mudar é fatal”, disparou o filósofo.

Estar preparado para o futuro é um grande diferencial na vida profissional de qualquer pessoa, frisou Karnal. “O preparo me distingue das outras pessoas. O futuro não está no meu campo de controle. Mas o

preparo está. Isso demanda esforço. Tudo é fruto de um esforço e tenho que decidir se quero ser marionete ou não. Uma vida bem-sucedida não opõe ética a ganhos. Falta de ética é um crescimento artificial e temporário. É o crescimento anabolizante, artificial, um atalho...Mas todo atalho tem um custo. Por isso o crescimento deve ser sustentável. Devemos repetir: eu sou o protagonista da minha vida. Eu sou um projeto que só estará pronto no fim”, finalizou o pensador, deixando a plateia de boca aberta.

Web ou olho no olho?

De acordo com o Google, só no Brasil existem mais de 120 milhões/mês de internautas fazendo compras ou nas redes sociais. Durante o painel “Tecnologia o Consumidor no Comando”, especialistas na área tecnológica e no ramo segurador realçaram aos corretores a importância do uso da ferramenta online, mas também da presença pessoal na hora de firmar um acordo. A diferença aparece claramente quando se trata da idade das pessoas no momento da contratação.

Guilherme Bressane, responsável pelo setor de finanças do Google destacou que das 120 milhões de pessoas que acessam mensalmente o buscador, 12 milhões procuram por seguros. “A quantidade de conectados condiz com a propagação do mercado e esse número cresceu



Guilherme Bressane, Dino Draghi, Maria Teresa Aarão, Rafael Caetano, Marcelo Baly e Marco Damiani

ainda mais por causa do smartphone”, afirmou.

Pesquisa feita em agosto deste ano pela consultoria de gestão Accenture, aponta que o número de compras através de smartphones cresceu consideravelmente nos últimos anos. Os dados registram que 61% dos consumidores usaram os seus celulares para pesquisar antes de comprar. De 770 pessoas ouvidas, 63% consideram fácil a compra via internet, mas menos da metade dos varejistas possuem aplicativos compatíveis para a venda de produtos à distância.

O especialista em seguros da IBM, Dino Draghi, abriu sua palestra indagando: “de que forma o cliente se comporta atualmente?”. De acordo com Draghi, o perfil do consumidor está mudando cada vez mais com o elevado número de acesso às mídias sociais. “Esses clientes têm uma série de novos comportamentos e expectativas do serviço que irão utilizar, como mobilidade e transparência que a seguradora e seus corretores oferecem”, alertou.

Apesar das novas tecnologias e das vindouras, Draghi entende que

não há como fechar um negócio com o cliente sem a comunicação face a face. Para ele, conversar pessoalmente ainda é muito importante, pois nessa hora se deve passar o máximo de informações possíveis e, por consequência, firmar um bom negócio para ambos.

O corretor e membro da comissão de tecnologia do Sincor-SP, Marcelo Blay, concordou com seu colega de palco. “O atendimento off line é essencial para esclarecer as dúvidas do cliente”. Para o executivo, a integração dos sistemas à distância ainda é muito importante, mas pondera que o processo de venda ainda é muito complexo para que haja acordo 100% online. “75% das pessoas que procuram algum seguro nunca usaram nenhum outro e muitas vezes não sabem nada sobre seguro”, observou o especialista.

Para Blay, a falta de informação e de contato pessoal prejudica na hora de fechar o contrato. “Não há dúvidas que o mercado passa por transformações, mas o elemento humano continua sendo uma peça importante para a contratação”.

Ao apresentar o impacto das

gerações sobre as seguradoras e corretores, Rafael Caetano, diretor de Canais Eletrônicos da Porto Seguro, mostrou qual é a maneira de relacionamento que os diferentes grupos – separados por divergentes tecnologias – se comunicam com a empresa que está contratando o serviço.

Ao fazer um estudo diacrônico entre a sociedade antiga e a atual, Caetano comentou as mudanças trazidas pelo avanço tecnológico. “Muitos de nós aprenderam a firmar um negócio com base na confiança, ou seja, na relação olho no olho. Mas os clientes mais jovens não priorizam isso, eles já nasceram segurando um celular e, por isso, já estão acostumados”. Pesquisa feita pela Porto Seguro, aponta que adultos entre 19 e 39 anos passam a maior parte do tempo mexendo no celular e priorizam o atendimento autoeletrônico ou um ‘chat’ na página da empresa para sancionar as dúvidas.

Nova política

O tempo atual exige que o Estado colabore com novos modelos



Representantes do governo falam sobre o que ocorre no Congresso quanto ao setor

que fomentem a propriedade do seguro. Com essa mensagem Floriano Pesaro, deputado federal e mediador do painel "Nosso negócio seguro em conjunto com uma nova política", abriu palestra que teve por objetivo principal aproximar os corretores de seguros aos bastidores e aos debates que ocorrem no Congresso Federal em relação ao setor. Foram abordadas questões como desenvolvimento de novos produtos, a educação em seguros e o estímulo à iniciativa privada por parte do Estado ao setor.

Na ocasião, Evaldir Barboza de Paula, coordenador da Comissão Político-Parlamentar do Sincor-SP, explicou aos congressistas o funcionamento interno da comissão do sindicato paulista. "Recebemos projeto de lei via mídia ou através de pesquisa e, quando eles vêm à comissão, avaliamos a matéria pertinente e se há relevância.

José Renato Nalini, secretário da educação do Estado de São Paulo, defendeu a implementação da disciplina do seguro na rede estadual de ensino. "Educação é um direito de todos. A escola não é do governo, é da sociedade. É preciso educar a criança e o jovem para que a contratação do seguro seja ética. Educar é permitir que as pessoas exerçam em plenitude a potencialidade de seus talentos", enfatizou.

Lucas Vergílio, corretor de seguros e deputado federal frisou que falar sobre uma nova política de seguros envolve aspectos legal e político. Com relação ao primeiro, propondo novas leis e analisando o que ocorre na Câmara. Quanto ao aspecto político, inserir o mercado de seguros na sociedade brasileira sempre que surgir uma oportunidade. "As pessoas precisam entender o seguro como um investimento", acentuou.

O deputado salientou que ainda não foi possível criar uma agenda legislativa e governamental, mas que alguns projetos como a PL 10/2015



Especialistas debatem tendências e desafios para a carteira de automóvel

e a PL 1.700/2015 aguardam apreciação pelo Senado Federal. "A falta de diálogo entre o governo federal e o setor foi nossa grande dificuldade em 2015", lamentou.

Seguro Auto: Grandes caminhos a percorrer

Entre as opções de seguro, não é novidade que a proteção do automóvel está na preferência do consumidor. Por causa dessa demanda, o tão aguardado Seguro Auto Popular foi regulamentado pela Susep e entrou no mercado com a intenção de saciar o déficit de produtos no mercado nacional. A modalidade é responsável pela cobertura de pequenos danos e que não indenizam a perda total do veículo. Baseando-se na Lei do Desmonte (12.977/14), a principal diferença do seguro popular em relação ao tradicional é que ele prevê a utilização de peças usadas em reparos, ou seja, não ressarce com a peça original do veículo. Segundo especialistas reunidos no painel "Auto - Quais caminhos percorreremos?", incorporar essa novidade com as novas interações é algo importante para as empresas seguradoras.

Luiz Pomarole, diretor-geral da Porto Seguro, acredita que é ainda necessário desmistificar a tecnologia e que os corretores precisam saber como usá-las ao seu favor. "Em uma negociação, a tecnologia deve

ser usada apenas como um meio de chegar ao cliente e não para finalizar os negócios. Os corretores muitas vezes olham a venda online como uma ameaça ao seu trabalho, mas as novas ferramentas surgem para auxiliá-los", assegurou.

O avanço da tecnologia mudou a forma de pensar de alguns consumidores. Com esse crescimento, há quem diga que algumas profissões podem desaparecer, pois o seu papel já está sendo feito por meios eletrônicos. Não na visão de Rubens de Almeida, vice-presidente de Relações com o Mercado do Sincor-SP, que acredita que, mesmo com a tecnologia, a profissão de corretor de seguros não vai acabar. Ele afirma que os profissionais devem sim se reinventar e associar o seu conhecimento às novidades tecnológicas.

Almeida provoca a plateia recheada de profissionais da área e coloca em dúvida se corretores e seguradoras têm absoluta certeza que conhecem os gostos de seus clientes. "Será que realmente conhecemos os nossos clientes? (...) O consumidor quer o valor além da ferramenta, não vamos perder o nosso valor para esse novo sistema. Os contratantes querem uma aproximação dos profissionais intermediadores".

Eduardo Dal Ri, vice-presidente de Auto e Massificados da SulAmérica, apontou a estratégia de Cross Selling e comentou sua importância. "É interessante que o corretor



João Francisco da Costa, Octávio Milliet, Luís Maurette, Mauro Batista e Renato Bueno

perceba que o seguro auto é uma estratégia para abrir a porta às ofertas de outros produtos com base na sua própria carteira de clientes”, disse, complementando que o seguro auto popular é uma nova opção que cabe no bolso do brasileiro. “Em um momento em que o corretor está avaliando mais as suas escolhas, estamos apresentando um seguro que é mais acessível”, concluiu.

Globalização

Quais as tendências para o mercado segurador nos próximos anos no Brasil e no mundo? A questão foi debatida durante o painel “Globalização - Quais os ensinamentos?”, que contou com a participação de seguradores e com a mediação do ouvidor do Sincor-SP, Octávio Milliet.

Um dos participantes, João Francisco da Costa, presidente da

HDI Seguros Brasil, destacou que a venda direta já é uma realidade em todo o planeta. Segundo ele, hoje, mais de 30% das vendas nos principais países ocorrem por vendas diretas. “Vemos que essa evolução tem aumentando de maneira significativa desde 2007. Em alguns lugares, cresceu às custas de uma menor participação dos corretores e agentes e, em outros, por causa de outros canais de venda”.

O seguro no ambiente online também foi assunto do painel. “Temos que melhorar operações e processos digitais para levar isso a uma população que, cada vez mais, quer se relacionar por esse meio. É mais um método de se comunicar com nossos consumidores e não podemos menosprezar isso”, advertiu.

Luís Maurette, Head da América Latina da Willis Towers Watson, concorda com João da Costa. Ele salien-

tou que o setor está sendo afetado pela era digital e, para continuar nesse negócio, tanto seguradores como corretores terão que se readaptar para entender essas novas realidades, porque os clientes esperam por isso. “O mundo digital é coisa nova para nós. São os grandes desafios dessa nova geração Y. Eles focam no online, fazem suas próprias pesquisas, confiam nos dados da mídia e meio social, buscam pelo autosserviço e valorizam a conexão com a empresa antes da decisão de compra. Estes são nossos clientes”, atentou.

Mauro César Batista, presidente do SindsegSP, concorda que a grande caminhada do setor de seguros é justamente se adaptar aos desafios da globalização. “A globalização já chegou. O corretor de seguros, quer queira ou não, está envolvido nessa era. Arrisco a dizer que o corretor de seguros, muitas vezes, inicia ou conclui o negócio pelo whatsapp, por ser mais rápido e interativo”, disse.

Mais Vida

Somente 10% da população brasileira têm seguro de vida atualmente, e a maior parte é oferecida por empregadores. Esse número diminuiu para menos de 1% quando se trata apenas de pessoas físicas. Uma grande ‘janela de oportunidade’ para os corretores. Esses dados fo-



A longevidade também foi tema de discussão do Conec

Acesse nosso portal

De cara nova
agora mais rápido, dinâmico
e interativo!

www.revistasegurototal.com.br



Atualização diária, cobertura de eventos,
download da revista eletrônica,
mais de 70 mil mensagens enviadas por dia.



Acesse também: www.planetaseguro.com.br

ram apresentados durante o painel "Vida - A longevidade do nosso negócio", que abordou o potencial de crescimento do seguro de vida no Brasil e as oportunidades de novos negócios aos corretores.

Guilherme Hinrichsen, vice-presidente Comercial Regional São Paulo da Icatu Seguros acredita que o seguro de vida será o futuro do corretor de seguros, pois além de uma remuneração substancial, requer esforço operacional baixo e um pós-venda mais leve. "A remuneração do produto pode render no primeiro ano até R\$ 100 mil, considerando uma venda por dia com a comissão de 30% e agenciamento de 100%", acentuou.

Já Raphael de Carvalho, CEO da MetLife, destacou que os produtos do ramo oferecem proteção para todas as etapas da vida e ainda deu dicas para os iniciantes: "especialize-se em um segmento para aumentar as oportunidades e participe de eventos de entidades do setor". Para quem já está na ativa, a dica é "garimpar" os clientes por meio de uma conexão emocional. Além disso, um bom caminho é fazer a revisão periódica de coberturas e produtos, pois as necessidades dos clientes também mudam com o tempo.

Na visão de Ricardo Iglesias Teixeira, presidente da Centauro-ON Vida e Previdência, o corretor é o único que está próximo o suficiente do cliente para entender o que

ele realmente precisa. O executivo informou que o segmento contabiliza R\$ 20 bilhões em apólices não vendidas no último ano. Grande potencial a ser trabalhado no mercado.

As sete forças

Com palestra intitulada "As sete forças que levam você ao sucesso", o apresentador de TV e CEO do Grupo Newcomm, Roberto Justus, fechou a 17ª edição do Congresso dos Corretores de Seguros. Ao iniciar sua apresentação, fez alusão à crise pela qual o país vem se desvencilhando em relação à forma com que os empresários a concebem e provocou a plateia ao indagar: por que algumas pessoas fazem a diferença? A resposta veio ao personificar o exemplo: Sam Walton, fundador da maior rede de varejo do mundo, a Wal-Mart, certa vez disse: "ouvi falar muito sobre recessão, mas fiz uma reunião com a diretoria e resolvemos não participar". Ou seja, respondeu o próprio Justus, porque essas pessoas têm visões diferentes diante de uma crise ou problema. "Em tempos de crise, todos querem sobreviver e não fazer a diferença. Para crescer em crise é preciso ter fibra", simplificou.

Justus apontou para o fato de que fazer a diferença e seguir rumo ao sucesso exige mudança de comportamento e desapego das certezas. "Sair da zona de conforto é tentar as incertezas, é buscar o aprendizado constante. O desapego é a base para seguir adiante e conquistar novos rumos. O apego à rotina impede a evolução. Adaptação é o nome do jogo", salientou.

Em sua explanação, Justus esmiuçou as sete forças que considera poderosas para levar qualquer um ao sucesso. São elas: força de vontade, força de visão, força do caráter, força de persuasão, força da criatividade, força da coragem e força do entusiasmo.

O empresário relaciona força de

vontade à determinação, à tomada de decisão. "Todo mundo se acha o próximo Zunkerberg e estão atrás do The Big One. Mas sem força de vontade, todos os esforços serão em vão. Ela serve, ainda, para reconhecer algum erro e retomar a visão de crescimento", ensinou.

Quem vê melhor lá na frente num mundo competitivo se sobressai. Essa é a lei da força de visão, explicou Justus. "Ter visão significa enxergar possibilidades e oportunidades. O visionário percebe com mais precisão o desejo das pessoas. Todos os grandes visionários – como Henry Ford, Walt Disney, Bill Gates, Steve Jobs – perceberam que as pessoas queriam algo melhor, mais fácil, mais confortável!", exemplificou.

Já a força de caráter, prosseguiu o publicitário, esbarra em algo intrínseco ao ser humano. "No Brasil, honestidade é um bom negócio porque a concorrência é pequena", disparou Justus. "Devemos ser autênticos, dizer a verdade. O cliente nem sempre tem razão". Já o poder de persuasão, outra característica recomendada por ele, é uma arte. "O líder é aquele que acredita e conhece o produto, sabe se vender, se comunicar e, principalmente, sabe ouvir", indicou.

A criatividade e a coragem são outros ingredientes da fórmula do sucesso. "Nada na vida se constrói sem criatividade. A preguiça nos deixa estagnados na mediocridade. Para ser criativo, deve-se ser curioso. As novas gerações pensam fora da caixa, mas não têm repertório, não têm curiosidade. E coragem é fundamental na vida pessoal e profissional. Coragem é ir de fracasso em fracasso, sem perder o entusiasmo, que é outra grande força. Só os entusiasmados têm inspiração. Não se acomode no que não te entusiasma. É como disse John Rockefeller: prefiro contratar um homem entusiasmado a um que sabe tudo", concluiu.



Roberto Justus, publicitário e apresentador de TV

**A Diversão do
seu filho
começa aqui!**



**Espaço Amplo e agradável
Festa Infantil, Empresas,**

**Confraternização, Festa Escolar
Chá de Bebê, Café da Manhã**

Ligue Agora e Reserve sua Festa!

(11) 5524-4706 / 9.6349-1000

atendimento@cLubkidsbuffet.com.br

Av. Profº Vicente Rao, 1656 - Jardim Petrópolis





GBOEX

Gustavo Luiz Sodré de Almeida foi nomeado diretor Técnico-Comercial do GBOEX. Sodré, que já exerceu o cargo de superintendente, é pós-graduado em Gerência de Projetos e Inteligência Empresarial, ambas pela Fundação Getúlio Vargas. Possui vasta experiência em planejamento estratégico, gestão de projetos e processos negociais.

Generali

A Generali anuncia Andrea Crisanaz como seu novo CEO no Brasil. O executivo é o responsável pelo segmento de mercados individuais nas Américas. Atuário e italiano de Trieste, o executivo está no Grupo Generali desde 1990 e iniciou a sua carreira na Área de Vida no Head Office (Matriz Trieste).



HDI

A HDI Seguros, quinta maior seguradora automotiva do País e líder na região Sul, anuncia Murilo Setti Riedel como o novo presidente da companhia no Brasil. O executivo, atual vice-presidente Técnico, será o substituto de João Francisco da Costa, que esteve 16 anos à frente da seguradora e que fará parte do Conselho Administrativo da HDI.

Lloyd's

O Lloyd's, mercado mundial de seguros e resseguros especializados, nomeou Daniel Revilla como Líder Regional para América Latina. O executivo será responsável por ampliar as relações comerciais em toda a região. Ele também assume a posição de diretor-presidente para o México. Revilla iniciou sua trajetória no Lloyd's em 2014, como Líder de Operações e Estratégia.



A GRANDE JORNADA PELO MUNDO DOS SEGUROS

Às segundas-feiras, das 7 às 8 horas

RÁDIO IMPRENSA FM 102,5

APRESENTADO POR PEDRO BARBATO FILHO



#ESTATUDOBEM

libertyseguros.com.br

ENTRE VOCÊ
E O TERCEIRO
EXISTEM
MUITOS
BENEFÍCIOS

Exclusivo contra danos a terceiros.

Com ele você roda tranquilo porque não tem que se preocupar com gastos de danos materiais e corporais causados a terceiros. Sem taxas extras e de fácil contratação. Um seguro consciente até no preço:

A PARTIR DE 10X DE R\$ 65,00.

Ainda tem Assistência 24h para o seu carro:
Guincho + Chaveiro + Táxi + Socorro Mecânico.

LIBERTY AUTOCONSCIENTE

Consulte seu corretor.



**Liberty
Seguros**

Liberty Seguros S.A. CNPJ 61.550.141/0001-72. Código SUSEP da Seguradora: 518-5. Processos SUSEP: 15414.100331/2004-96 e 15414.901089/2015-23. O registro deste plano na SUSEP não implica, por parte da autarquia, incentivo ou recomendação à sua comercialização. Ouvidoria: acesse o site www.libertyseguros.com.br, em que é possível postar seu recurso. Se preferir, o recurso também poderá ser feito pelo e-mail ouvidoria@libertyseguros.com.br ou pelo telefone 0800-740-3994. Este anúncio possui informações resumidas. Consulte as opções de contratação das coberturas e assistências disponíveis com o seu corretor de seguros.

AUTO ZERO KM.

SEU CLIENTE LEVAR

O CARRO PARA REVISÃO

SERIA PREVISÍVEL DEMAIS.

POR ISSO,

LEVAMOS PARA ELE.

**A vida é imprevisível.
E isso é muito bom.**



Sabemos que para você, Corretor de Seguros, é fundamental oferecer produtos diferenciados, que realmente facilitem a vida dos seus clientes. Nosso seguro Auto Zero Km é assim. Além do serviço Leva e Traz da primeira revisão, seu cliente conta com Manutenção de Bônus por até 90 dias até o veículo chegar da fábrica, Cobertura Gratuita para danos nas lanternas, faróis e retrovisores e Indenização do Veículo pelo valor de nota fiscal por 6 meses.

Muito mais tranquilidade para os seus clientes e, claro, também para você.

Viva o imprevisível e deixe o resto com a SulAmérica.

Este anúncio contém informações resumidas. Os Seguros SulAmérica obedecem às Condições Gerais que devem ser lidas previamente à sua contratação. Para mais informações, consulte seu corretor de seguros. A utilização das coberturas e dos serviços de assistência está condicionada à contratação no momento de aquisição do seguro. Carregue as condições de uso e abrangência de cada serviço, cobertura ou benefício em www.sulamerica.com.br. O registro desse plano na SUSEP não implica, por parte da Autoridade, incentivo ou recomendação à sua comercialização. Cód. SUSEP: RG/VD 1544.001/72/2004-14. SulAmérica Companhia Nacional de Seguros. CNPJ 33.041.062/0101-09. SAC: 0800 725 5901. Ouvidoria: 0600 725 3374.

SulAmérica
Auto

OFEREÇA SULAMÉRICA PARA O SEU CLIENTE.